

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 1996/97

April 1997

AMP400 - STRATEGI PEMASARAN

Masa: [3 jam]

---

**ARAHAN**

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA (2)** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan.

Jawab **SEMUA** soalan.

Soalan 1

Program pemasaran komprehensif mengintegrasikan pemilihan jenis pasaran barangan atau perkhidmatan yang ingin diikuti dengan bentuk campuran pemasaran yang akan digunakan untuk sampai ke sasaran pasar.

Bincangkan dengan jelas isu-isu penting dalam merekabentuk dan melaksanakan program-program pemasaran yang komprehensif.

[20 markah]

Soalan 2

Pengurus Pemasaran perlu mengurus proses komunikasi dengan efektif serta mengambilkira semua campuran komunikasi pemasaran yang ada. Untuk itu, pengurus pemasaran bertanggungjawab memperolehi campuran komunikasi yang paling efektif dengan kos yang terendah mungkin.

Bincangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keperluan untuk mewujudkan campuran pemasaran optimum yang perlu diberi pertimbangan oleh pengurus pemasaran.

[20 markah]

...2/-

**Soalan 3**

Saluran pengedaran pemasaran memainkan peranan yang penting di dalam strategi pemasaran sesebuah organisasi. Saluran pengedaran 'menghubungi' pengeluar dan pembeli barangan atau perkhidmatan. Pada peringkat peruncitan, jika diambil kepadatan penduduk, pengedaran sesuatu barangan boleh dilakukan secara intensif, eksklusif, dan selektif.

Bincangkan dengan jelas apakah yang dimaksudkan dengan pengedaran intensif, eksklusif dan selektif. Sila nyatakan dengan jelas kelebihan dan kekurangan setiap satu daripada ketiga-tiga strategi pengedaran ini.

[20 markah]

**Soalan 4**

Fungsi pengurus pemasaran tidak hanya terhad sebagai pelaksana tetapi berubah menjadi pembuat strategi bagi sesebuah organisasi. Keadaan ini berlaku disebabkan persekitaran yang berubah-ubah. Untuk itu tidak hairanlah wujudnya apa yang dipanggil pengurusan pemasaran strategik sebagai persediaan organisasi menghadapi situasi persekitaran yang dinamik.

Bincangkan dengan jelas proses-proses analitikal yang terdapat dalam pengurusan pemasaran strategik.

[20 markah]

**Soalan 5**

Bincangkan perkaitan antara peluang-peluang pasaran yang dikenalpasti oleh sesebuah firma, pasarannya dan sasaran pasar yang dipilih.

[20 markah]

---ooo000ooo---